

Digitalisierung als Schwerpunkt des 2. Swiss Food Service-Forums

# Den Gast online abholen

**Cristina Bürgi** Gastronomen müssen ihre Gäste dort abholen, wo sie sich am meisten aufhalten. Und das ist zunehmend in der virtuellen Welt.

Über 200 Personen aus Gastronomie, Industrie und Handel haben sich letzte Woche im Hotel Seedamm Plaza in Pfäffikon versammelt, um am zweiten Swiss Food Service-Forum (SFS) teilzunehmen. Die Veranstaltung stand dieses Jahr unter dem Motto «Digitalisierung im Spannungsfeld mit Lokalität und Regionalität». Ein hochaktuelles Thema, mit dem sich Gastronomen immer stärker konfrontiert sehen.

Das Informationsbedürfnis der Gäste hat in den letzten Jahren enorm zugenommen, wie eine für das SFS-Forum erstellte Studie zeigt. Darin gaben 97 Prozent der Befragten an, dass sie sich vor einem Restaurantbesuch Informationen über das Lokal einholen. Dies geschieht zunehmend öfter online (via Internet, E-Mail etc.) als durch persönlichen Kontakt (Gespräch, Telefonat etc.). 84 Prozent der Befragten legen zwar noch immer am meisten Wert auf die persönliche Empfehlung eines Bekannten, diese hat jedoch im Vergleich zur SFS-Studie aus dem Jahr 2016 an Bedeutung verloren.

Stärker gewichtet werden neuerdings die Bewertungsportale: Gemäss Alexander Zaugg vom Unternehmen «re:spondellig GmbH»



Gäste sind heute digital unterwegs: eine Chance für die Branche.

haben im vergangenen Jahr 97 Prozent der Internetnutzer mindestens eine Online-Bewertung durchgelesen. Als besonders relevante Plattformen gelten Google, Tripadvisor und Facebook, da diese am meisten Traffic verzeichnen. «Bewertungsportale stehen oft in der Kritik, weil sie rufschädigend sein sollen», erläutert Zaugg. «Dabei sind 91 Prozent aller Bewertungen positiv.» Die Online-Bewertungen können durchaus eine Chance sein, insbesondere, wenn Gastronomen sich die Zeit für eine Antwort nehmen. «Vier von fünf Tripadvisor-Nutzern glauben, dass Betriebe, die Bewertungen beantworten, sich generell besser um ihre Gäste kümmern»,

stellt Zaugg an einem Beispiel dar. Und doppelt nach: «Eine Antwort schreibt man nur zu 10 Prozent für die Person, welche die Bewertung geschrieben hat, und zu 90 Prozent für alle anderen Nutzer.» Denn eine gute Antwort könne wie kostenlose Werbung für den Betrieb wirken.

Für Alexander Zaugg steht fest: Wer Online-Bewertungen nutzt, profitiert von klaren Wettbewerbsvorteilen wie zum Beispiel neuen Kundengruppen und verbesserter Loyalität. «Die Gäste suchen heute im Internet keinen Geheimtipp mehr, sondern die bestmögliche Wahl.» Aus diesem Grund seien Restaurants mit besonders vielen Bewertun-

## Regionalität

Das Stichwort Regionalität spielt in der aktuellen Studie zum Swiss Food Service-Forum eine bedeutende Rolle. So sind knapp 60 Prozent der Befragten dazu bereit, für regionale Zutaten im Restaurant mehr zu bezahlen. Interessant ist, dass dieses Kriterium den Gästen insbesondere bei Frischprodukten wie Fleisch (79%), Gemüse und Milchprodukten (71%) wichtig ist. Beim Wein scheinen hingegen persönliche Präferenzen sowie die Qualitäts- und Preisbeurteilung anderer Herkunftsregionen stärker zu wiegen.

gen hoch im Kurs. Ideal sei zudem eine durchschnittliche Bewertung von 4,2 bis 4,5 Sternen. «Das wirkt auf die Nutzer authentischer als eine 5-Sterne-Bewertung», erklärt Zaugg. Daher sei es auch nicht tragisch, wenn neben guten Bewertungen auch mal eine schlechtere auftauche.

Grundsätzlich ist der Restaurantgast heute digitaler geworden. Inzwischen erwartet er auch, dass er online einen Tisch reservieren oder eine Bestellung abgeben kann. Und deshalb ist es für Gastronomen eminent wichtig, sich mit der Digitalisierung auseinanderzusetzen. «Es gibt viele Touchpoints, wo wir den Gast online abholen können», betont die Mitorganisatorin Simone Müller-Staubli vom Unternehmen Gastkultur, «und zwar von der Ideensuche über die Buchung bis hin zum Erlebnis im Restaurant.»

www.sfs-forum.ch

## Konsum: Europa top, die Schweiz weniger

Die erfreuliche Konsumstimmung in Europa schlägt sich auch in der Wirtschaft nieder: Laut dem globalen Datenanalysten Nielsen Holdings hat der Umsatz von Gütern des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel im ersten Quartal 2018 gegenüber der Vorjahresperiode um 3,7 Prozent zugenommen. Besonders auffällig sei einerseits «eine starke Anziehungskraft für lokale, authentische sowie qualitativ hochwertige Produkte in einer Vielzahl von Märkten», andererseits eine Schwäche der Schweiz: «Das durchschnittliche Preisniveau stieg bei rückläufigen Mengen leicht an», es resultierte im Gegensatz zum nahen Ausland in der Schweiz ein Umsatzrückgang von – 0,6 Prozent.

## Neue App für eine ausgewogene Ernährung

Das Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen (BLV) hat eine App zur Schweizer Lebensmittelpyramide veröffentlicht. Die App «MySwiss-FoodPyramid» soll eine Unterstützung zur täglichen, ausgewogenen und abwechslungsreichen Ernährung sein. Mit Hilfe von virtuellen Guides werden dem Nutzer die Schweizer Lebensmittelpyramide sowie der «optimale Teller» vertraut gemacht. Die App basiert auf den Schweizer Ernährungsempfehlungen.

## Emmental: Abstieg eines legendären Landgasthofes



PETER GRUNDER

Der Gasthof zum Weissen Rössli im emmentalischen Zäziwil gehörte zu den klassischen Landgasthöfen, die seit Gotthelfs Zeiten für Bodenständigkeit und gastgewerbliche Qualität stehen: Bundesräte stiegen hier ab, und bis in die Ära von Ferdinand Hiltbrunner in den 1990er Jahren war der Standard beispielhaft. Dann folgte ein kontinuierlicher Abstieg, quasi parallel zu den Strukturschwierigkeiten vieler dörflicher Gastwirtschaftsbetriebe nicht nur im Emmental. Zuletzt war das Weisse Rössli geschlossen und wurde als schlecht beleumundete Absteige genutzt. Und als wollten hier weitere Klischees bedient werden, ist das stattliche Gebäude am letzten Wochenende abgebrannt – und im Dorf wird prompt von Brandstiftung gemunkelt.

Analyse der Universität Bern/CRED-T: vom Zusammenhang von Hotelklassifikation und Gästeratings

## Mit Hotel-Sternen besser tief als hoch stapeln

Noch vor einigen Jahren haben sich Gäste bei der Wahl eines Hotels ausschliesslich auf die Klassifikation verlassen. Heute ist das, bedingt durch digitale Bewertungsplattformen, etwas anders. Da kommt die Frage auf: Wie relevant und angemessen sind künftig die Klassifikationssysteme in der Hotellerie? Eine Einschätzung dazu liefert eine Masterarbeit an der Forschungsstelle für Tourismus (CRED-T) der Universität Bern, die den Zusammenhang zwischen dem objektiven Qualitätsanspruch der Hotelklassi-

fikation und den subjektiven Qualitätswahrnehmungen der Gäste genauer untersucht hat.

Die Analyse zeigt unter anderem, dass ein leicht positiver Zusammenhang zwischen der Sterneklasse eines Hotels und seinen Online-Bewertungsnoten besteht. Das heisst, dass höher klassifizierte Hotel im Schnitt auch auf den Plattformen von den Gästen besser bewertet werden. Doch aufgepasst: Nicht immer bringt eine höhere Klassifikation mehr. So sollten Hotels eher

einen Stern weniger tragen, als in eine höhere Sterneklasse aufzusteigen, wenn sie in der höheren Sterneklasse nur die minimale Klassifikation erreichen. Denn wenn der Gast am Ende höhere Erwartungen hat, als die Klassifikation verspricht, dann führt das laut Studie zu einem «negativen Sterneeffekt». Weitere Schlussfolgerungen sind:

- «Die von Hotels erreichten Klassifikationsergebnisse könnten eventuell kommuniziert werden, um die Aussagekraft der Klassifikation zu erhöhen.

- Die Konzentration auf die Funktion von Qualitätsstandards im Bereich der Kernleistung der Hotels scheint sinnvoll.
- Eine Verschärfung des Klassifikationssystems könnte zielführend sein.»

Zusammengefasst besteht somit gemäss Analyse noch einiges an Potenzial bei einer flexibleren Gestaltung der Klassifikation und ihren Kriterien – eine Weiterentwicklung sei deshalb wünschenswert.

chb  
www.cred.unibe.ch

ANZEIGE

Are you ready for your NEXT coffee?

**EGRO**  
SWISS COFFEE TECHNOLOGY  
**NEXT**

Professionelle Kaffeemaschinen

Vertrieb und Service: EGRO SUISSE AG - Bahnhofstrasse 66 - CH - 5605 Dottikon  
Tel. +41 56 616 95 95 - info@egrosuisse.ch

www.egrosuisse.ch - mit Webshop / www.ranciliogroup.com

GJRI72899

